

PONTECORVO (FERRARELLE)
«PRONTI A CRESCERE
CON UN POLO GREEN
E RIPORTIAMO IN ITALIA
ALTRI MARCHI STORICI»

di **Daniela Polizzi** 13

CARLO PONTECORVO

CON FERRARELLE POLO FRIZZANTE PER IL RICICLO E MARCHI FOOD

Il patron delle acque minerali spiega la strategia
Il cuore è la sostenibilità, sulla spinta del piano affidato
da Draghi a Cingolani. Ma per crescere ci sono
anche gli accordi internazionali, l'ultimo con Danone
per Evian. E le acquisizioni: cerco brand storici e di qualità

di **Daniela Polizzi**

La spinta è arrivata dal governo del premier Mario Draghi e dal ministro per la Transizione ecologica Roberto Cingolani. «Il mercato del riciclo di Pet da bottiglie e contenitori per il food è letteralmente esploso in questi mesi. Ogni anno togliamo dall'ambiente 20 mila tonnellate di plastica, molte di più di quante ne usiamo per produrre bottiglie per le nostre acque minerali. Sono convinto che nel 2025 potremo arrivare a riciclare 100 mila tonnellate».

Carlo Pontecorvo è l'imprenditore della Ferrarelle, il gruppo con la scuderia di marchi Vitasnella, Fonte Essenziale, Boario, Na-

tía, Santagata, Roccafina e la distribuzione del brand Evian che fa capo alla Danone. Proprio quella multinazionale francese dell'alimentare dalla quale nel 2005 aveva comprato il polo delle acque minerali riportando nel Paese la proprietà dei marchi storici del made in Italy. Una realtà che ha chiuso il



Superficie 91 %

2020 con ricavi pari a 204 milioni con una crescita del 3,3% dei litri d'acqua venduti, un margine operativo di 16,1 milioni in aumento di 5,5 milioni e un utile netto di 8,5 milioni. Tradotto, sono 940 milioni di litri e 700 mila bottiglie.

Sono numeri che ne fanno il quarto produttore dopo San Benedetto, San Pellegrino (della multinazionale Nestlé) e Sant'Anna. È l'unico produttore italiano di acque minerali («450 dipendenti di cui sono orgoglioso») a possedere uno stabilimento dedicato al riciclo che produce R-Pet, il Pet riciclato: il 50% delle bottiglie viene riusato. Il cuore di questa attività è a Presenzano, nella provincia di Caserta. E da qui vede il futuro della sua azienda: «Non ci sono grandi barriere sul mercato per vendere acqua minerale. E allora noi abbiamo deciso di mettere nei nostri prodotti un contributo scientifico».

Sul suo tavolo c'è allo studio una combinazione di questo polo con altri industriali interessati «per investire, diventare più grandi — dice — e percorrere a passo più spedito la strada della sostenibilità ambientale, per l'azienda e per il Paese».

La passione di Pontecorvo è l'innovazione: «Senza si muore. Se non pensassi di poter fare di più, di interpretare i cambiamenti sul mercato e capire le necessità dell'azienda cambierei mestiere». Lui, medico chirurgo, laurea alla Federico II di Napoli che a 39 anni ha «appeso il camice» per occuparsi dell'impresa della famiglia di sua moglie: la Avir, Azienda vetrerie industriali Ricciardi, produttore di contenitori in vetro. L'ha rilanciata e poi ceduta all'americana Owens Illinois. Ha scoperto una passione nel gestire aziende e ha voluto andare avanti investendo, questa volta, nel business delle navi per il trasporto del gas liquefatto e ha fondato la Lgr. «Ci sono arrivato per caso. Era appena successo il disastro ambientale della nave Erika della Total — racconta — e io ho puntato sulle navi a doppio scafo per il trasporto in sicurezza». Poi è arrivata Ferrarelle. Ora l'imprenditore ha un nuovo progetto che parte da Presenzano.

Di che cosa si tratta?

«Stiamo valutando se fare una sorta di spin off dell'attività R-pet a Presenzano. C'è molto interesse attorno a questo polo del riciclo e, appunto, la domanda sta esplodendo perché al cammino verso la sostenibilità ambientale non si può più rinunciare. Abbiamo una domanda di materiale riciclato pari a 30-40 mila tonnellate, il doppio di quello che produciamo in questo momento, per soddisfarla dovremmo raddoppiare l'impianto. C'è attenzione da parte di industriali italiani e stranieri che vorrebbero unire le forze per creare un grande polo. Possiamo farcela anche da soli. Ma l'idea di unire le forze con altri industriali potreb-

be rappresentare anche una spinta per il Paese. Nulla è deciso ma ci lavoriamo».

Avete un nuovo piano di investimenti?

«Pensiamo di investire circa 40 milioni per aumentare la produzione negli impianti di Riardo, dove si trova il Parco delle Sorgenti patrocinato dal Fai, qui ci sono le fonti di Ferrarelle, Santagata, Natia. Altri investimenti li faremo a Boario. Abbiamo siglato due contratti di finanziamento per lo sviluppo di linee interne con il supporto di Invitalia. È uno schema che abbiamo già seguito nel 2018 quando abbiamo investito altri 40 milioni, un quarto li ha messi Ferrarelle e per il resto le risorse sono arrivate con una combinazione di mezzi a fondo perduto e il supporto di Invitalia. Siamo un'azienda solida con una posizione finanziaria netta negativa di soli 6 milioni».

Come interpreta questa ripartenza?

«Noi abbiamo continuato a vendere acqua minerale e siamo cresciuti anche nel 2020, malgrado la chiusura di bar e ristoranti. Ma i cali sono stati compensati dai maggiori consumi a casa. Adesso piuttosto guardiamo alla crescita internazionale. La novità importante è che Ferrarelle ha firmato con Danone un accordo importante con Evian per la commercializzazione di Ferrarelle in 60 Paesi del mondo che può generare volumi e accrescere il valore del nostro marchio. Evian è un'acqua naturale come la nostra Ferrarelle, che nasce effervescente. Anche questo è parte integrante del nostro cammino verso la sostenibilità imboccato 15 anni fa. Oggi siamo al terzo posto in Italia dopo Winni's e Barilla, secondo l'indagine di marzo di Gfk».

Avete fatto m&a per crescere in passato. Cercate ancora?

«Sempre. Però in questa fase cerchiamo piuttosto aziende che producono bevande, anche produttori di private label perché nei loro impianti potremmo produrre i nostri marchi. Credo nel valore di un brand. Abbiamo comprato l'azienda di cioccolato Amedei da un fondo estero, anche questo marchio lo abbiamo riportato in Italia. E, oltre ad avere un grande valore, è anche un marchio che ci assomiglia perché la sua cifra è la sostenibilità. La Amedei da Pontedera realizza i suoi prodotti dalle fave di cacao e ricicla gli scarti invece di buttarli in discarica. Insomma, è naturale, come la Ferrarelle».

È tentato dalla diversificazione?

«Essere monotematici può a un certo punto rappresentare un limite per un'azienda. Cerco marchi storici, con una tradizione di qualità. Vorrei fare di Ferrarelle un brand ombrello per altri nomi nell'alimentare e nelle bevande con queste caratteristiche».

Perché non avete comprato l'acqua Lurisia, poi finita alla Coca-Cola?

«Non si può valorizzare un'impresa quattro volte il fatturato, con questi numeri non è sano per un imprenditore comprare. Può farlo la Coca-Cola che entra o si rafforza su un mercato. Si possono sfidare e battere le multinazionali. Avevamo provato a comprare negli Stati Uniti l'acqua Mountain Valley in Arkansas ma ha vinto Coca-Cola. Noi però siamo riusciti a superarla e a comprare Ferrarelle da Danone».

Qual è la dimensione giusta?

«Dipende dalle occasioni ma non è solo questione di taglia. Ci sono la ricerca, gli investimenti, le collaborazioni scientifiche con l'Università di Pavia, con il Dipartimento di scienze dell'Università Roma Tre o con la School of Earth Sciences della Ohio State

University che hanno un valore. Così abbiamo attratto talenti, anche da multinazionali, cosa che ci ha permesso anche di aprire la governance a profili esterni, un'occasione per scrollarci di dosso l'immagine di piccola azienda familiare self made. Dal primo marzo è arrivato da Coca-Cola Hbc come direttore generale Marco Pesaresi. Poi ci sono i miei figli. Michele, 36 anni, è il più giovane ed è vicepresidente di Ferrarelle, Adriana è vicepresidente della sezione alimentare di Assolombarda e Carlotta è avvocato. Hanno il 48% dell'azienda, mia moglie Linda Ricciardi ha il 52%».

E lei?

«Ho lo 0,01%. Non ho distrutto la società e mi fanno fatto andare avanti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Stiamo valutando una sorta di spin off dell'attività R-pet a Presenzano. C'è molto interesse attorno a questa attività e la domanda sta esplodendo

Essere monotematici può a un certo punto rappresentare un limite per un'azienda. Abbiamo già riportato in Italia il cioccolato Amedei

1893 1987

Le origini

Giuseppe De Ponte avvia l'attività che nel 1925 viene acquistata dai Violati

La multinazionale

Danone acquista l'intera società e la chiama Italaquae



2005

Torna in Italia

Carlo Pontecorvo e la sua famiglia comprano l'azienda. Nasce Ferrarelle

1975

Nuova proprietà

Ferrarelle passa a un gruppo che include Ifil, Peroni e la francese Danone

